

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN PADA *FORGET ME NOT CAFÉ***

SURABAYA

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

ANDRI DWI PRASTYO
0742010015

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN PADA *FORGET ME NOT CAFÉ*
SURABAYA**

Disusun Oleh :

ANDRI DWI PRASTYO
0742010015

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

**Mengetahui,
DEKAN**

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Variabel-variabel yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya “.**

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M. Si, sebagai dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta dorongan sejak awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si sebagai dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Sadjudi, Drs, SE, M.Si. Alm. sebagai ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Nurhadi, Drs, M.Si. sebagai sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

4. Bapak dan Ibu dosen program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Kedua orang tua yang tercinta, kakak dan semua tersayang yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan baik materiil maupun spiritual.
6. Teman-teman angkatan 2007 yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Terima kasih.

Surabaya, Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	6
Manfaat Penelitian	7
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	9

2.1.2	Jasa	11
2.1.2.1	Pengertian Jasa	11
2.1.2.2	Karakteristik Jasa	12
2.1.2.3	Klasifikasi Jasa	12
2.1.2.4	Macam-macam Jasa	13
2.1.3	Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.2	Kriteria Kualitas Pelayanan/Jasa	15
2.1.3.3	Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL).....	17
2.1.4	Produk	19
2.1.4.1	Pengertian Produk	19
2.1.4.2	Tingkatan Produk	20
2.1.4.3	Klasifikasi Produk	21
2.1.4.4	Kualitas Produk	23
2.1.5	Harga	26
2.1.5.1	Pengertian Harga	26
2.1.5.2	Konsep Harga	26
2.1.5.3	Tujuan Penentuan Harga	27
2.1.5.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga jasa.....	29
2.1.5.5	Perumusan Strategi Penentuan Harga	29
2.1.6	Kepuasan pelanggan.....	32

2.1.6.1 Pengertian kepuasan Pelanggan	32
2.1.6.2 Model Kepuasan Pelanggan	33
2.1.6.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	34
2.1.6.4 Pengukur Kepuasan Pelanggan	35
2.1.7 Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan	
Pelanggan.....	36
2.1.7.1 Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan	
Pelanggan.....	36
2.1.7.2 Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan	
Pelanggan.....	37
2.1.7.3 Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan	
Pelanggan.....	38
2.1.8 Restoran	39
2.1.8.1 Pengertian restoran	39
2.1.8.2 Pramusaji	40
2.2 Kerangka Berpikir	41
2.3 Hipotesis	43
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.1 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	48

3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data	50
3.3.1 Jenis Data	50
3.3.2 Sumber Data.....	50
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	51
3.4.1 Teknik Analisis.....	51
3.4.1.1 Uji Validitas	51
3.4.1.2 Uji Realibilitas	52
3.4.1.3 Analisis Pengujian Asumsi Klasik.....	53
3.4.1.4 Teknik Analisis Linier Berganda	55
3.4.2 Pengujian Hipotesis.....	56
3.4.2.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	56
3.4.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	58
BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	61
4.1.2 Lokasi Forget Me Not Café.....	61
4.1.3 Visi dan Misi Forget Me Not Café	62
4.1.4 Struktur Organisasi pada Forget Me Not Café	62
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	72
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	73

4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	76
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	81
4.3.1 Uji Validitas.....	81
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	82
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1 Uji Normalitas	82
4.4.2 Multikolinieritas	84
4.4.3 Heterokedastisitas	85
4.4.4 Uji Autokorelasi	85
4.5 Analisis Data	86
4.5.1 Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi	88
4.5.2 Pengujian Hipotesis	89
4.5.3 Koefisien Korelasi Parsial	95
4.6 Pembahasan	96
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Forget Me Not Café Surabaya.....	63
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	85
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F	90
Gambar 4.4 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_1	92
Gambar 4.5 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_2	93
Gambar 4.6 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_3	94



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.2 Deskripsi Usia	74
Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Deskripsi Pendidikan.....	75
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	76
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_2)	78
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga (X_3)	79
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan di Forget Me Not Café Surabaya surabaya (Y)	80
Tabel 4.9 Uji Validitas	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Model	83
Tabel 4.12 Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	84
Tabel 4.13 Nilai Durbin Watson	86
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4.15 Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji F	89
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji t	91

Table 4.18 Nilai Koefisien Korelasi Parsial	95
---------------------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Jawaban Responden

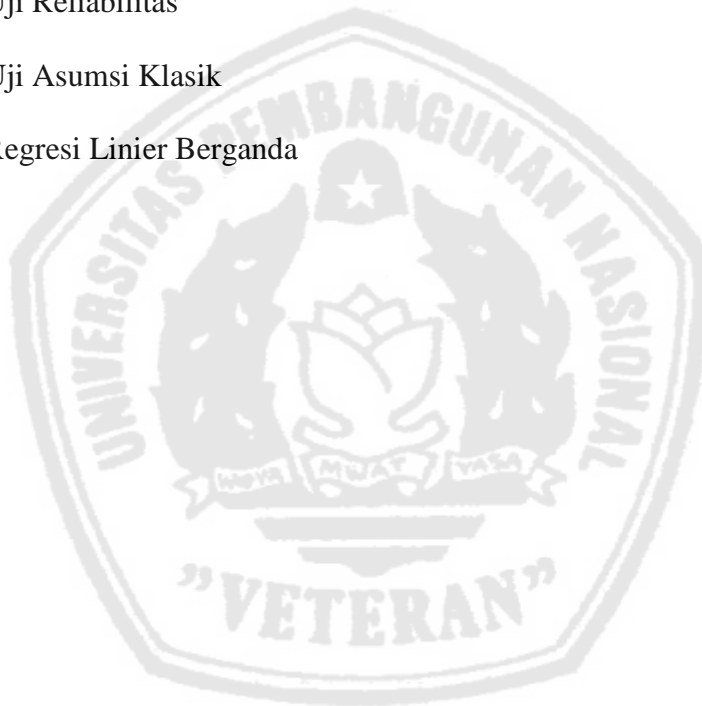
Lampiran 3. Deskriptif Karakteristik Responden

Lampiran 4. Uji Validitas

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Regresi Linier Berganda



VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA *FORGET ME NOT CAFÉ* SURABAYA

**Oleh
Andri Dwi Prastyo**

ABSTRAKSI

Forget Me Not Café Surabaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman. *Forget Me Not Café* berusaha menawarkan sesuatu yang khas dan diharapkan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi. Dengan berupaya mempertahankan pelayanan yang memadai ataupun meningkatkan pelayanannya. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa *Forget me Not café* harus sangat memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga untuk mencapai kepuasan konsumen. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan variabel-variabel (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap kepuasan pelanggan *Forget me Not Café* Surabaya, dan tujuan yang kedua adalah Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial variabel-variabel (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga) terhadap kepuasan pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya.

Variabel dalam penelitaian ini adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan kepuasan pelanggan dengan sampel penelitian konsumen *Forget Me Not Café* Surabaya yang datang lebih dari satu kali dan berumur 17 tahun keatas. Untuk menjawab perumusan dan hipotesis penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah *Regresi Linier Berganda*.

Hasil pengujian secara simultan menyimpulkan bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3)) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Y (kepuasan pelanggan). Hasil pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa a) variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), b) variabel kualitas produk (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), c) variabel harga (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, KualitasProduk, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan strategi perusahaan untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas untuk memuaskan konsumen. Konsumen akan mendapat kepuasan apabila persepsi akan suatu produk atau jasa sama atau lebih dari yang diharapkan yang salah satunya adalah dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang saat ini adalah bisnis restoran.

Tetapi yang menjadi permasalahan pada perusahaan di bidang restoran yaitu kurangnya memperhatikan kepuasan pelanggan. Padahal kepuasan pelanggan menjadi faktor utama bisnis restoran agar tetap berkembang di pasaran.

Restoran adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang makanan dan jasa. Selain menjual produk makanan dan minuman (*tangibles*), Restoran juga menjual jasa (*intangibles*). Karena jasa/pelayanan juga sangat berperan penting dalam usaha restoran. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif melakukan *diferensiasi* dan *positioning* unik adalah melalui perancangan dan penyampaian jasa atau layanan spesifik. Hal ini

berdampak strategik pada strategi bersaing perusahaan. Sebagai contoh bisnis utama restoran bergeser dari sekedar menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar para pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang nyaman bagi mereka dalam menyantap makanan hidangan. Karena itu beberapa restoran menawarkan sejumlah daya tarik khusus bagi para pengunjungnya, seperti hiburan music *live*, kuis interaktif dan sejenisnya.

Kualitas jasa/pelayanan pada restoran adalah sebagai faktor penunjang yang sangat penting. Dengan adanya kualitas jasa yang bagus, pelanggan akan merasa puas. Terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu : realibilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Lima dimensi kualitas jasa ini harus diterapkan pada setiap perusahaan jasa (*hospitality industries*). Yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas jasa/pelayanan. Pelayanan merupakan salah satu komponen yang sangat penting, jika ke lima dimensi tersebut tidak terpenuhi maka akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Komponen-komponen tersebut adalah kebersihan, ketepatan pelayanan, daya tanggap pelayan kepada pelanggan, pengetahuan, kesopanan dan perhatian kepada pelanggan.

Selain jasa/pelayanan hal lain yang harus diperhatikan yaitu kualitas produk. Kualitas produk juga tidak kalah pentingnya dengan pelayanan. Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, telah dicapai *consensus* bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi

kualitas maupun kepuasan. Kualitas produk juga dijadikan acuan para pelanggan untuk memilih restoran. Jika suatu restoran mempunyai kualitas produk yang bagus, maka secara tidak langsung akan menarik perhatian para pelanggan. Semua pelanggan mempunyai harapan yang sama yaitu mendapatkan kualitas produk yang bagus, Sehingga dapat merasakan kepuasan akan produk tersebut. Pada perusahaan restoran kualitas produk yang utama yaitu rasa makanan dan minuman serta tampilan yang menarik secara tidak langsung akan menggugah selera makan para pelanggan. Selain itu kebersihan makanan dan minuman juga harus diperhatikan, agar produk yang dihasilkan akan sempurna dan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu harga. Penetapan harga yang diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Jika harga yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai maka akan tercipta kepuasan. Setiap restoran harusnya memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam proses pembayaran. Restoran harus menyediakan pembayaran secara tunai atau pembayaran dengan kartu kredit. Dengan kemudahan pembayaran yang diberikan oleh pihak restoran pelanggan akan merasa puas.

Jika beberapa faktor tersebut di atas terpenuhi, maka akan tercipta kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kepuasan pelanggan merupakan *respons* (emosional atau kognitif), *respons* tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi dan seterusnya) dan *respons*

terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri atas tiga komponen : **respon** menyangkut **fokus** tertentu yang ditentukan pada **waktu** tertentu.

Dari ketiga faktor di atas jika tidak terpenuhi akan mengakibatkan pelanggan tidak puas dan pelanggan akan komplain. Untuk mengantisipasi hal tersebut pihak restoran harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Agar faktor-faktor tersebut dapat berjalan pihak perusahaan harus sering memberikana pelatihan terhadap pelayan.

Dari sekian banyak pilihan restoran yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih restoran tertentu. Untuk itu pihak manajemen restoran berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik produknya sendiri maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Karena jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen dengan pelayanan yang ada di restoran.

Disini penulis menjadikan Forget Me Not Café sebagai obyek penelitiannya. Karena Forget Me Not café adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Forget Me not café berusaha menawarkan sesuatu yang khas dan diharapkan dapat menjaring konsumen lebih banyak lagi. Dengan berupaya mempertahankan pelayanan yang

memadai ataupun meningkatkan pelayanannya. Setelah konsumen menerima pelayanan yang diberikan perusahaan membandingkan dengan apa yang diharapkan. Jika pelayanan yang diberikan sesuai atau lebih dari apa yang diharapkan konsumen, maka mereka akan puas, apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan kembali untuk membeli ulang dan menjadi pelanggan tetap.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa Forget Me Not Café Surabaya harus sangat memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga untuk mencapai kepuasan pelanggan. Pada Forget Me Not Café Surabaya produk yang dijual yaitu berupa produk makanan *western* seperti *pasta*, *sandwich* dan *steak*.

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga adalah variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan ke tiga variabel tersebut harus benar-benar diperhatikan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian di *Forget Me Not Café* Surabaya dengan mengambil judul **“Variabel-variabel Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Forget Me Not Café* Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti secara empiris mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap manajemen pemasaran terutama mengenai kepuasan pelanggan serta variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai informasi dan bahan masukan ide serta gagasan pemikiran atau saran-saran dalam menentukan kebijakan pelayanan jasa yang diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dimasa yang akan datang.
- b. Dapat dijadikan sebagai masukan untuk mengembangkan wawasan ilmiahnya serta bahan pertimbangan bagi penelitian-penelitian dalam bidang pelayanan jasa.